

2024年2月26日

東日本電信電話株式会社 神奈川事業部

魚の消費拡大に向けた「小田原おさかな魅力発信プロジェクト」を実施中

～産官学連携による実証実験を2024年1月から開始～

東日本電信電話株式会社 神奈川事業部(執行役員 神奈川事業部長:相原 朋子、以下「NTT東日本 神奈川事業部」)と小田原市 経済部 水産海浜課(以下「水産海浜課」)は、水産物の消費量低下や漁業者の後継者不足等の社会課題への対策として、若年層に『小田原＝港町(魚)』のイメージを想起してもらうため、地元高校生によりSNSで魚の魅力を発信する実証実験を2024年1月から開始しています。



プロジェクトメンバーとカマス骨抜き体験をした神奈川県立小田原高等学校の生徒と参加者の方々

1. 背景・目的

NTT東日本 神奈川事業部の若手社員と小田原市の若手職員が交流会を行い、市が抱える課題に対する政策提言を目標に活動*1をしており、その取り組みのひとつとして水産物の消費拡大をテーマにしています。

小田原市は、相模湾の漁業の中心地として栄え、漁場が近いことから鮮度が高く豊富な種類の魚が獲れます。しかし、水産物の消費量の減少や漁業者の後継者不足などが課題となっており、漁業者の経営安定化、新しい特産品の創出、消費拡大に向けた対策が必要となっています。

水産海浜課では、販路拡大、ブランド化、イベントの実施やSNSの発信など魚の魅力発信による消費拡大策を実施していますが、特に若い世代への効果的なコンテンツの配信に苦労しています。

そこで今回、本交流会において、小田原の魚消費拡大に向けた魅力発信のため、地元高校生と連携し「小田原おさかな魅力発信プロジェクト」の企画を立ち上げました。

*1 https://www.ntt-east.co.jp/kanagawa/information/pdf/20230810_01.pdf

2. 取り組み概要

(1) 期間

2024年1月5日～2月29日

(2) 実施内容

神奈川県立小田原高等学校の生徒6名が、小田原の魚をテーマに高校生ならではの新鮮な視点で感じた魅力や思いを自分たちで撮影・編集した動画や写真を活用し、水産海浜課のSNS(YouTube・Instagram)を通じて発信します。漁港の駅TOTOCO小田原で実施したアンケートでは、調理が面倒という意見が多く聞かれたため、そのイメージを払拭すべく、1月31日に「カマスの骨抜き体験」を開催し、簡単に調理できることを高校生が体験しSNSで発信しています。



(3) 発信媒体

- ・Youtube「おだわらおさかなチャンネル」(<https://www.youtube.com/@user-di6en9vj5e>)
- ・Instagram 小田原の魚ブランド化・消費拡大協議会 (@odawara_fishbrand)

上記のほか、生徒個人やグループでSNSを立ち上げ、ハッシュタグ「#おだわらのさかな」で水産物の魅力発信を行っています。

<実際の投稿>



YouTube(ショート動画)



Instagram

3. 関係者コメント

【水産海浜課 一戸 賢人さん、秋山 真生さん】

この度、市内高等学校生徒の方々、積極的にご協力いただいたことに感謝申し上げます。近年、日本全体において水産業を取り巻く環境は厳しく、小田原市も例外ではありません。

この取り組みを通じて、未来を担う若者が小田原市の抱える課題への理解を深めるとともに、課題の解決について考えるきっかけになれば幸いです。また、我々としても、今回の実証実験を活かしながら、SNSにおける効果的な発信に心がけ、水産物の消費拡大を推進してまいりたいと思います。



【神奈川県立小田原高等学校 1年 清水 里和さん】

(カマスの骨抜きイベントでは)骨抜きが思っていたよりも簡単でスルツといけた。この体験をもっと多くの人にやってもらいたいと思いました。

また、家でも簡単にできるのでっと普及してほしい。そうしたら魚をもっと食べてくれると感じました。



【NTT 東日本 神奈川事業部 平野 亮人さん】

若手交流会の活動の一環で昨年 11 月に漁港の駅 TOTO CO 小田原で開催された朝市にて鮮魚を購入された方へアンケート調査を実施したところ、購入者の半数以上は市外の方でした。遠方から足を運んで食べたくなるほどの魅力が小田原の魚にはあるのだと実感しました。その魅力を発信するにあたり SNS を活用しきれていないという課題があったことから今回水産海浜課様と本プロジェクトを企画しました。

本プロジェクトを通じて得られた成果を基に水産海浜課様と引き続き魅力発信の手法を模索し、小田原の水産物消費拡大・漁業の課題解決につなげていきたいと考えています。



4. 今後に向けて

本実証実験の検証後、小田原市と連携し、魚の魅力発信のための効果的なコンテンツの充実化を図り、来年度以降の水産物の消費拡大政策への提言をめざします。これからも NTT 東日本は、「地域の未来を支えるソーシャルイノベーション企業」として、地域社会における新たな付加価値を地域と共生することに取り組んでいきます。

5. 本件に関する報道機関からの問い合わせ先

NTT東日本 神奈川事業部 企画総務部 企画部門 広報担当 水谷、金石、徳丸

TEL:045-226-6123 E-mail:kanagawa-kouhou-ml@east.ntt.co.jp